

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Suleman. (2020). *BUMDES Menuju Optimalisasi Ekonomi Desa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Achmad Zakaria R, M. Anang Firmansyah (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada *BadkidWear* Surabaya, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2).
- Aditya, & Krisna. (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 1*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Agatha, Maria. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Journal of Information and Modeling*, 3(2), 27-35.
- Aisyah Yuliana Hasan (2023). Pengaruh *Lifestyle, Viral Marketing*, dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui Pada Masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Tarik Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. *Sosialita*, 325-339.
- Alsabiyah, T, et al. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada mahasiswa/mahasiswi Universitas Brawijaya yang menggunakan Sepatu Sneakers Merek Converse). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAP)*, 70(1), 106-113.
- Aropah, R.A., & Yuliana, Y. (2021). Pengaruh *E-Wom*, Pengetahuan Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional di Ponogoro. *Bussman Journal: Indonesian Journal Of Business and Management*, 2(2), 344-358.
- Astasari, M. O., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 195-203.
- Bafadhal Samira Aniesa. (2020). *pemasaran pariwisata*. Malang: Media Nusa Creative.
- Bancin Budiman Jhon. (2021). *Citra Merek dan word of mouth*. Surabaya: Cv Jakad Media Publishing.
- Dahmiri, Hasbullah, H., & Sari, S. S. (2020). Pengaruh *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 9(1), 15-22.
- Dorosh. (2015). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty, P. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran* (1st ed). Nasya Expanding Management.

El-Haq Nabila Syauqi (2023). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc di Tiktok Shop. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 20-25.

Eko Sudarmanto, dkk. (2021). *Desain Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (1st ed). Medan : Yayasan Kita Menulis.

Fetrisen, Nazaruddin. Aziz. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *KBP*. 1-9.

Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadi,Y. a., Tambunan, D. B., & Sumanji, Y. M. P. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Produk kayu Tree-X. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 7(2), 216-226.

Hamdani, & Mawardani. (2018). *Viral Marketing : Konsep dan Implementasi Dalam Pemasaran Digital*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Habibah & Sumiati (2020). Pengaruh Kualitas Produk, harga, dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian: *Jurnal Emba*, 10(1), 973-983.

Hasan, A. (2010). *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.

Ismiyanto. (2003). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Jatmiko, U. (2021). *Monograf Manajemen Retail Dan Kewiraniagaan*. Guepedia

John, B. B. (2020). Citra Merek dan Word Of Mouth. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

Katiandagho, N. J., & Hidayatullah, S. (2023). Pengaruh *Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga dan Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Tiktok Shop. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 9(1), 13-27.

Kotler & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler & Keller (2020). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.

Kotler Philip (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: CV Budi Utama.

- Krisna, A. d. (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 1*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Kuncoro. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, A, M., Hikmah, M.A., & Marom, A. (2020). Pengaruh *Islamic Branding*, Kualitas Produk, Dan Lifestyle Terhadap Minat Pembelian Produk Skincare Pada Generasi Millenial Di Kabupaten Kudus. *Bisnis: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. 8(2), 289-302.
- Laksono, & Iskandar. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm Kbc. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2).
- Made Oktavira Astasari & Tri Sudarwanto. (2021). Pengaruh viral marketing dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 195-203.
- Magfirah, N., & Aprianti, K. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk dan *Lifestyle* Terhadap Minat Beli Produk Cream Glow & Lovely Di Kota Bima. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 184-19.
- Mathur, V. & Saloni. (2020). *Digital Marketing*. Delhi: Phi Learning Private Limited.
- Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh *Lifestyle* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal Emba : Riset Ekonomi, Manajemen Bisnis, Dan Akuntansi*, 7(3), 2949-2958.
- Nainggolan, Nana Triapnita. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Naomi, Wolf. (2004). *Mitos kecantikan : kala kecantikan menindas perempuan*. Yogyakarta: Niagra.
- Peter dan Olson. (2018). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: salemba Empat.
- Rachman, A. Z., & Firmansyah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Badkidsweat Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 174-184.
- Setyo. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Best Autoworks, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755-764
- Stanton, William. (1996). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid Kedua, Edisi ketujuh, Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. (2018). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Syafril. (2019). *Statistik Pendidik*. Padang: Prenadamedia Group.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2019). *Kepuasan Pelanggan - Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: Andi.

Wardoyono. (2017). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 19(01).

Wibowo & Riyadi. (2017). Pengaruh Gaya hidup, Prestise, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Seminar Nasional Riset Peasaran & Bisnis*, 2(8).

Wiludjeng, S. dan T. S. N. (2013). Pengaruh *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian pada PT "X". *Proceeding Seminar Nasional dan Call For Papers Sancall*, 51-59.





THE *Character Building*
UNIVERSITY